



**PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN YANG
DIRASAKAN TERHADAP SIKAP DAN NIAT PEMBELIAN ULANG
ONLINE PADA PHEE BOUTIQ JEMBER**

*Effects Benefits and Perceived of Ease Use on The Attitude and Intention of
Online Purchasing in Phee Booutiq Jember*

TESIS

Oleh

IBNA KAMELIA F.A.

NIM. 100820101009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PROGRAM MAGISTER

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

2012



**PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN YANG
DIRASAKAN TERHADAP SIKAP DAN NIAT PEMBELIAN ULANG
ONLINE PADA PHEE BOUTIQ JEMBER**

*Effects Benefits and Perceived of Ease Use on The Attitude and Intention of
Online Purchasing in Phee Boutiq Jember*

TESIS

**diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S2) dan mencapai gelar
Magister Manajemen**

Oleh

**IBNA KAMELIA F.A.
NIM. 100820101009**

Pembimbing Tesis

DPU: Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM

DPA: Dr. Imam Suroso, SE., M.Si

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PROGRAM MAGISTER

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

2012



**PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN YANG
DIRASAKAN TERHADAP SIKAP DAN NIAT PEMBELIAN ULANG
ONLINE PADA PHEE BOUTIQ JEMBER**

*Effects Benefits and Perceived of Ease Use on The Attitude and Intention of
Online Purchasing in Phee Booutiq Jember*

TESIS

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S2)
dan mencapai gelar Magister Manajemen

Oleh

**IBNA KAMELIA F.A.
NIM. 100820101009**

Pembimbing Tesis

DPU : Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM.

DPA : Dr. Imam Suroso, SE., M.Si

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSETUJUAN

Tesis ini telah disetujui

Tanggal : 11 Juni 2012

Oleh

Pembimbing Utama

Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM.

NIP 19600413 198603 1 001

Pembimbing Anggota

Dr. Imam Suroso, SE., M.Si

NIP 19591013 198802 1 001

Mengetahui/Menyetujui

Pascasarjana Universitas Jember

Program Magister Manajemen

Ketua Program Studi

Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM.

NIP 19600413 198603 1 001

PENGESAHAN

Tesis Berjudul “Pengaruh Mafaat dan Kemudahan Penggunaan yang dirasakan Terhadap Sikap dan Niat Pembelian Ulang *Oline* Pada Phee Boutiq Jember” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Jember pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 22 Juni 2012

Tempat : Ruang Ujian Program Pascasarjana UNEJ

Tim Penguji:

Ketua

Prof. Dr. Sarwedi, MM
NIP 19531015 198303 1 001

Anggota I,

Anggota II

Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM.
NIP 19591013 198802 1 001

Dr. Imam Suroso, SE., M.Si
NIP. 19600413 198603 1 001

Mengetahu/Menyetujui
Ketua Program Studi Magister Manajemen

Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM.
NIP 19600413 198603 1 001

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP 19560831 198403 1 002

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ibna Kamelia F.A, SE.

NIM : 100820101009

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul :
“Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Penggunaan yang dirasakan terhadap Sikap dan Niat Pembelian Ulang *Online* pada Phee Boutiq Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi mana pun, seta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 25 Juni 2012

Yang menyatakan,

Ibna Kamelia F. A., SE

NIM 100820101009

PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk:

1. Alloh SWT, Alhamdulillah karena rahmat, taufiq, dan hidayah-Mu kepadaku sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancer, amin;
2. Almarhum Ayahnda H. Masra'i yang senantiasa menjadi penyemangat saya dalam penyusunan tesis ini;
3. Ibunda Hj. Tutik yang telah memberikan kasih sayang serta pengorbanan yang tiada henti selama ini;
4. Kakakku dr. Ahmad Multazam yang telah memberiku dukungan selama ini;
5. M. Rizal Eris A. G, S.ked yang selalu menemaniku dan memberikku semangat;
6. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi, saya tidak akan pernah lupa atas jasa-jasa kalian, terima kasih;
7. Almamater yang kubanggakan, Universitas Jember;

MOTTO

**Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu
Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang
sabar”**

(Al-Baqarah: 153)

Pastikan beriman (SQ), berilmu (IQ) dan beramal (EQ)

**Setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan mudah bila dikerjakan
tanpa keengganan**

Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Penggunaan yang dirasakan terhadap Sikap dan Niat Pembelian Ulang Online pada Phee Boutiq Jember

Ibna Kamelia F.A

Jurusan Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh (1) kemudahan penggunaan belanja *online* terhadap sikap konsumen pada pembelian *online* di Phee Boutiq Jember, (2) manfaat belanja *online* yang dirasakan terhadap sikap konsumen pada pembelian *online* di Phee Boutiq Jember, (3) kemudahan penggunaan belanja *online* yang dirasakan terhadap niat pembelian ulang *online* di Phee Boutiq Jember, (4) manfaat belanja *online* yang dirasakan terhadap niat pembelian ulang *online* di Phee Boutiq Jember, (5) sikap konsumen terhadap niat pembelian ulang *online* di Phee Boutiq Jember. Teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Rancangan penelitian ini termasuk dalam *confirmatory research* dan sekaligus *explanatory research*. Teknik pengambilan data menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden 140 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kemudahan penggunaan belanja *online* yang dirasakan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen pada pembelian *online* di Phee Boutiq Jember, (2) Manfaat belanja *online* yang dirasakan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen pada pembelian *online* di Phee Boutiq Jember, (3) Kemudahan penggunaan belanja *online* yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang *online* di Phee Boutiq Jember, (4) Manfaat belanja *online* yang dirasakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat pembelian ulang *online* di Phee Boutiq Jember, (5) Sikap konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap niat pembelian ulang *online* Di Phee Boutiq Jember.

Kata Kunci : kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, sikap konsumen, pembelian ulang *online*

*Effects Benefits and Perceived of Ease Use on The Attitude and Intention of
Online Purchasing in Phee Boutiq Jember*

Ibna Kamelia F.A

Jurusan Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAK

This study aims to examine and analyze the influence of (1) ease of use online shopping for consumers 'attitude towards online purchases at Phee Boutiq Jember, (2) the perceived benefits of online shopping for consumers' attitude towards online purchases at Phee Boutiq Jember, (3) ease of use online shopping is perceived to repeat purchase intention online at Phee Boutiq Jember, (4) the perceived benefits of online shopping to online purchase intentions in re-Phee Boutiq Jember, (5) the attitude of consumers to repeat purchase intention online at Phee Boutiq Jember. Analysis technique used is to use the Structural Equation Modeling (SEM). The design of this study are included in the confirmatory research and research as well as explanatory. Data retrieval techniques using purposive sampling method with the number of respondents 140 respondents. The results showed that: (1) Ease of use online shopping perceived significantly influence consumers 'attitude towards online purchases at Phee Boutiq Jember, (2) the perceived benefits of online shopping significantly influence consumers' attitude towards online purchases at Phee Boutiq Jember, (3) Ease of use online shopping perceived significant impact on repeat purchase intention online at Phee Boutiq Jember, (4) the perceived benefits of online shopping does not significantly influence online purchase intentions in re-Phee Boutiq Jember, (5) the attitude of influential consumers significant impact on repeat purchase intention online In Jember Boutiq Phee.

Kata Kunci : *The Attitude and Intention, Online Purchasing*

PRAKATA

Puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Penggunaan yang dirasakan terhadap Sikap dan Niat Pembelian Ulang *Online* pada Phee Boutiq Jember” yang disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program studi Pasca Sarjana (S2) dan mencapai gelar Magister Manajemen Universitas Jember.

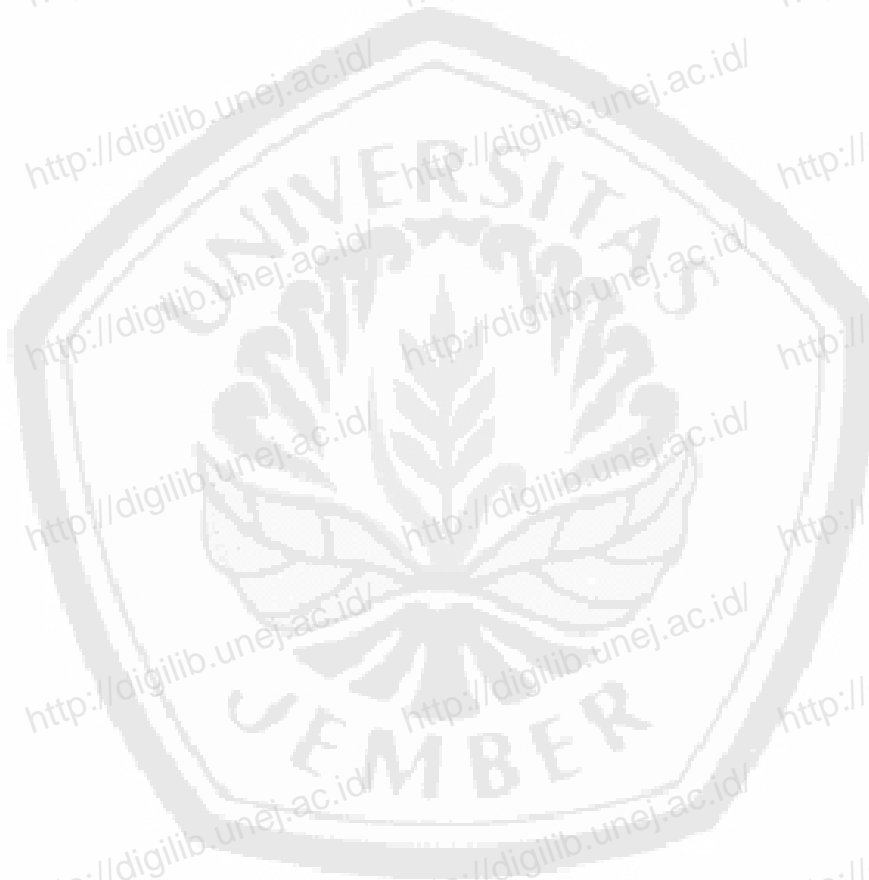
Dalam penulisan tesis ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, oleh sebab itu penulis ingin menyaymakan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. T. Sutikno, M. Sc selaku rector Universitas Jember;
2. Bapak Prof. Dr. Moh. Saleh, M. Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas jember;
3. Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pasca Sarjana, Universitas Jember;
4. Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku Dosen Pembimbing Utama Tesis;
5. Dr. Imam Suroso, SE.,M.Si selaku dosen Pembimbing Anggota Tesis;
6. Prof. Dr. Sarwedi, MM selaku dosen Penguji;
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Pasca Sarjana Universitas Jember;
8. Abahku tercinta almarhum Drs. H. Masra’i jufri;
9. Ibunda tercinta Hj. Arifatul Munawarah (Tutik Rachmawati);
10. Kakakku, dr. Multazam, Ir. Chandra Puspitasari, Widyastutik;
11. M. Rizal Eris A. G, S.ked yang selama ini selalu menemaniku dan selalu memberiku semangat dalam menyelesaikan tesis ini;
12. Ponakanku Alycia qotrunnada dan Hilal Muazzamah;
13. Sahabatku Yuliana Sapti Candra Dewi Subekti
14. Teman-teman baikku, Yuliana Sapti C. D.S., Sitti Halimatus Sahdiyah, Tri palupi Robustin, Jemi Cahya Adi, Ahmad Baiquni, Hanif Hadinata Utama, Andrik Prayoga;
15. Teman-teman Program Magister Manajemen angkatan 2010;
16. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian tesis ini;

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan karya ilmiah ini jauh dari sempurna karena keterbatasan penulis. Penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 25 Juni 2012

penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 E- Marketing	12
2.1.2 Retail Offline dan Online	13
2.1.3 Technology Acceptance Model (TAM)	19
2.1.4 Sikap Konsumen	26
2.1.5 Niat Pembelian	29

2.1.6	Kepribadian Konsumen.....	33
2.1.7	Facebook.....	34
2.1.8	Hubungan Antar Variabel.....	35
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
2.3	Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian.....	41
2.3.1	Kerangka Konseptual.....	41
2.3.2	Hipotesis Penelitian.....	45
BAB 3.	METODE PENELITIAN.....	46
3.1	Rancangan Penelitian.....	46
3.2	Populasi dan Sampel.....	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel.....	47
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	49
3.4	Metode Pengumpul Data.....	49
3.5	Klasifikasi Variabel.....	50
3.6	Devinisi Operasional Variabel.....	51
3.7	Skala Pengukuran Data.....	53
3.8	Uji Instrumen.....	53
3.8.1	Uji Validitas.....	53
3.8.2	Uji Realibilitas.....	54
3.9	Teknik Analisis Data.....	54
3.10	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	60
BAB 4.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1	Hasil Penelitian.....	61
4.1.1	Sejarah Singkat Phee Boutiq.....	61
4.1.2	Gambaran Umum Phee Boutiq.....	62
4.1.3	Karakteristik Responden.....	63
4.1.4	Hasil Analisis Data.....	67
4.1.5	Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	70

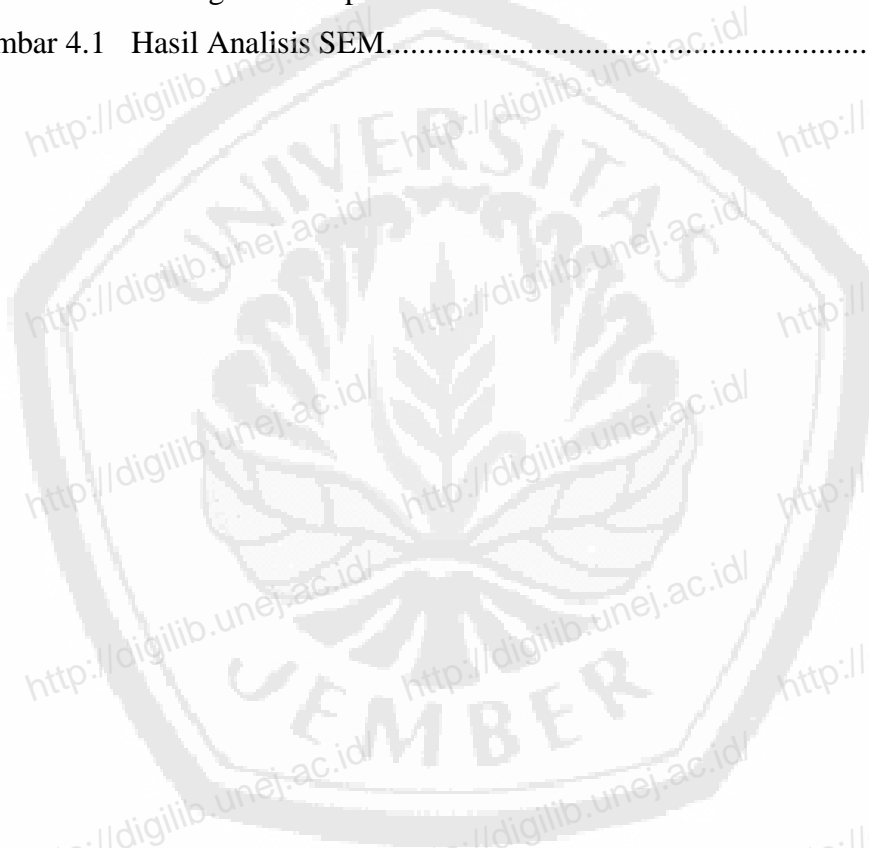
4.1.6 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	71
4.1.7 Pengaruh antar Variabel	75
4.2 Pembahasan Analisis Data	78
4.2.1 Pengaruh <i>Percieved ease of Use</i> terhadap Sikap Konsumen	78
4.2.2 Pengaruh <i>Percieved Usefulness</i> terhadap Sikap konsumen	80
4.2.3 Pengaruh <i>Percieved Ease of Use</i> terhadap Niat Pembelian Ulang <i>Online</i>	81
4.2.4 Pengaruh <i>Percieved Usefulness</i> terhadap Niat pembelia Ulang <i>Online</i>	82
4.2.5 Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Niat Pembelia Ulang <i>Online</i>	84
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Antara Pemasaran <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	15
Tabel 3.1 Alokasi Jumlah Sampel	49
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	64
Tabel 4.2 Usia Responden	64
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	65
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan Responden	66
Tabel 4.5 Lama Menjadi Customer	66
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Percieved Ease of Use</i>	67
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Percieved Usefulness</i>	67
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sikap Konsumen	68
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Niat Pembelian Ulang <i>Online</i>	68
Tabel 4.10 Indeks Kesesuaian SEM	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Kausalitas	72
Tabel 4.12 Pengaruh Langsung Variabel	74
Tabel 4.13 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel	75
Tabel 4.14 Pengaruh Total Antar Variabel	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Biaya Iklan Menurut Biaya Revenue.....	8
Gambar 2.1 Dimensi <i>e-Commerce</i>	17
Gambar 2.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	19
Gambar 2.3 Kerangka Proses Berpikir	42
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	44
Gambar 4.1 Hasil Analisis SEM.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisiner Penelitian	96
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Kuisiner Penelitian	100
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	105
Lampiran 4 Hasil Analisis SEM	110
Lampiran 5 Hasil Data Observasi	126
Lampiran 6 Rumus Sample	132

